

Nama : Luthfi Kurniawan  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul : Proses City Branding Yogyakarta (Studi Kualitatif Pada Merek “Jogja Istimewa”)

---

### ABSTRAK

City branding dipahami sebagai cara untuk mencapai keuntungan yang kompetitif dalam bidang pariwisata namun juga bisa digunakan untuk membangun komunitas, menguatkan identitas lokal dan pengenalan warga terhadap kotanya sendiri serta mengaktifkan seluruh kekuatan sosial. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana proses dan latar belakang city branding Yogyakarta pada merek “Jogja Istimewa”. Untuk melihat proses dan latar belakang city branding “Jogja Istimewa”, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Peneliti kemudian melakukan penggalan fakta dan temuan melalui wawancara mendalam dengan Tim Perumus Strategi Branding & Tim 11 serta melalui dokumen-dokumen yang berhubungan dengan merek “Jogja Istimewa”. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa city branding Yogyakarta termasuk kasus yang unik karena inisiasi dan wujud ideal kota yang hendak diciptakan didasarkan hanya dari pemikiran Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta yang juga merupakan Raja dari Kasultanan Ngayogyakarta. Selain itu penelitian ini mengungkap bahwa proses city branding “Jogja Istimewa” berkulat di logo dan tagline yang notabene merupakan bagian kecil dari keseluruhan proses city branding

**Kata kunci:** City Branding, Sultan Hamengku Bawono X, Jogja Istimewa, Merek Kota, Yogyakarta

Name : Luthfi Kurniawan  
Course Study : Communication  
Research Title : City Branding Process in Yogyakarta. (A Qualitative Study  
On The Brand “Jogja Istimewa”)

---

### **ABSTRACT**

*City branding conceived as a way to achieve a competitive advantage in the field of tourism, but also can be used to build communities, strengthen local identity and recognition to its own citizens as well as enable the entire social Force. The purpose of this study was to determine process and backgorund krom city branding of Yogyakarta on the brand "Jogja Istimewa". To see the process and the background of city branding "Jogja Istimewa", researcher used a qualitative approach with case study method. Researchers then extracting facts and findings through interviews with Branding Strategy Formulation Team and Team 11, as well as through the documents associated with the brand "Jogja Istimewa". Results of this study demonstrate that city branding of Yogyakarta city is considered as a unique case because the initiation and manifestation of the ideal city to be created only comes from Yogyakarta's Governor who is also the king of the Kasultanan Nyayogyakarta. In addition this study reveal that city branding process of “Jogja Istimewa” still focused on designing logo dan tagline which notabene just small part from whole city branding process.*

**Keywords:** *City Branding, Process, Sultan Hamengku Bawono X, Jogja Istimewa, City Brand, Yogyakarta*